

MEDIA SOSIAL DAN JURNALISTIK ONLINE
(Analisis Isi Kredibilitas Berita pada Akun Instagram “Indozone.Id”
Periode 1–31 Maret 2017)



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan
Informatika

Oleh:
RIKA FRIENDI PRADIKA
L100100008

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2017

HALAMAN PERSETUJUAN

MEDIA SOSIAL DAN JURNALISTIK ONLINE
(Analisis Isi Kredibilitas Berita pada Akun Instagram “Indozone.Id”
Periode 1–31 Maret 2017)

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

RIKA FRIENDI PRADIKA

L100100008

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Drs. Budi Santoso, M.Si.

NIK.1276

HALAMAN PENGESAHAN

MEDIA SOSIAL DAN JURNALISTIK ONLINE
(Analisis Isi Kredibilitas Berita pada Akun Instagram “Indozone.Id”
Periode 1–31 Maret 2017)

OLEH

RIKA FRIENDI PRADIKA

L100100008

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Komunikasi & Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 28 Desember 2017
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Drs. Budi Santoso, M.Sc.

(Ketua Dewan Penguji)

2. Sidiq Setyawan, M.I.Kom.

(Anggota I Dewan Penguji)

3. Dr. Dian Purworini, S.Sos, MM.

(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)

Dekan,



Nurliyana, ST., M.Sc., Ph.D.

NIK. 881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 11 Januari 2018

Penulis



RIKA FRIENDI PRADIKA

L100100008

MEDIA SOSIAL DAN JURNALISTIK ONLINE
(Analisis Isi Kredibilitas Berita pada Akun Instagram “Indozone.Id”
Periode 1–31 Maret 2017)

Abstrak

Media sosial kini telah digunakan untuk penyampaian berita, salah satunya adalah media sosial Instagram. Akan tetapi penyampaian beritanya bukan dilakukan oleh akun resmi portal berita ternama melainkan dari akun Instagram “Indozone.Id” yang hanya berlatarbelakang media publik yang tidak terikat dengan pihak-pihak manapun. Karena biasanya media online dibangun sebagai bagian dari pengembangan perusahaan media, atau dibangun oleh orang-orang media, Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk mengetahui kredibilitas berita pada akun Instagram Indozone.Id. Populasi dari penelitian ini adalah berita yang disajikan akun Indozone.Id periode 1-31 Maret 2017 dengan strata berita *hardnews* dan *softnews*, dengan jumlah sampel sebanyak 170 berita. Teknik pengumpulan data dengan cara dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan *content analysis*. Sedangkan konsep yang digunakan yaitu, dapat dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*), *bias*, dan kelengkapan berita atau (*completeness*). Hasil penelitian ini menunjukkan dari sisi keakuratan berita sudah akurat dengan 91,41 %, dari sisi kepercayaan berita juga dapat dipercaya sebesar 92,70 %, dari sisi bias juga terbilang sedikit sekali berita yang bias hanya 6,48 %, sedangkan dari sisi kelengkapan berita sedikit lebih rendah nilainya dari *accuracy* dan *believability* hanya sebesar 88,82 %, akan tetapi sebagian besar beritanya tetap masih mengedepankan unsur 5W+1H. Artinya dari beberapa aspek yang telah dinilai dapat dinyatakan pemberitaan dari akun Instagram Indozone.Id periode 1-31 Maret 2017 ini masih kredibel dan layak dikonsumsi.

Kata kunci : Media Sosial, Jurnalistik Online, Kredibilitas, Instagram, Indozone.Id

Abstract

Social media has now been used for news delivery, one of which is social media Instagram. However, the delivery of the news is not done by the official account of the news portal famous but from an Instagram account that is "Indozone.Id" which only used the background of public media that is not bound by any parties. Because online media is usually built as part of the development of media companies, or built by media people, The research uses a quantitative descriptive method to find out the credibility of the news on Instagram account Indozone.Id. The population of this research is the news presented an account Indozone.Id. period 1-31 March 2017 with the strata news hard news and soft news, with the number of samples as much as 170 news. The technique of data collection by means of documentation. Data analysis techniques using content analysis. While the concept used that is, trustworthy (*believability*), accuracy, bias, and completeness of the news, The results of this study indicate the accuracy

of the news had already been accurate, with 91.41%, from the side of trust the news also can be trusted of 92.70%, from the side of the bias is spelled out a bit once, the news is biased only 6.48%, while from the completeness of the news slightly lower than of accuracy and believability, of only 88.82%, but most of the news remains still put forward element 5W + 1 H. This means that some aspects that have been assessed statement from the account Instagram Indozone.Id period 1-31 March 2017 is still credible and feasible consumed.

Keywords: Social Media, Online Journalism, Credibility, Instagram, Indozone.Id

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini membawa perubahan besar kepada masyarakat dari tradisional menjadi modern. Dalam bidang teknologi informasi masyarakat tradisional masih menggunakan surat untuk mengirim pesan, sehingga membutuhkan cukup banyak waktu untuk mendapatkan suatu informasi. Berbeda dengan zaman modern seperti sekarang yang telah muncul *smartphone* dengan berbagai macam fitur didalamnya, berkirim pesan jadi semakin mudah karena juga sudah bisa melakukan panggilan suara. Selain itu di era globalisasi seperti sekarang kita juga bisa terhubung dengan internet untuk mendapatkan informasi yang lebih luas melalui *World Wide Web*.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini ditandai dengan adanya internet yang merupakan media baru. Di zaman globalisasi seperti ini internet telah membawa perubahan besar dalam kehidupan sehari-hari. Kita dapat menemukan berbagai macam informasi dengan mudah kapan saja dan dimana saja asal terhubung dengan internet. Konten di dalamnya pun juga beragam, karena itulah media baru ini lebih banyak digemari belakangan ini. Era globalisasi ini memang kuat hubungannya dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, tanpa disadari pola pikir manusia telah dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang semakin cepat tersebut. Hal ini dapat dirasakan misalnya melalui media massa yang berbasis cetak maupun elektronik (Burhan Bungin, 2008).

Dengan kemudahannya tersebut diprediksi internet akan terus berkembang dimasa yang akan datang. Menurut survei terbaru dari APJII tahun 2016, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta pengguna. Angka ini sudah

meningkat dari tahun 2014 lalu dengan jumlah 88 juta pengguna. Jumlah itu sudah melampaui setengah dari total penduduk yang ada di Indonesia, yaitu sekitar 51,8%. Sedangkan untuk penggunaan internetnya masih didominasi untuk media sosial dan hiburan. Nomor satu masih dipegang media sosial Facebook yang diikuti dengan Instagram.

Hasil survei terbaru dari Pew Research Center menunjukkan, 62% atau 6 dari 10 warga Amerika Serikat menjadikan media sosial sebagai sumber utama informasi daripada langsung membuka portal situs berita. Situs media sosial yang paling populer untuk mendapatkan berita di Amerika Serikat adalah Facebook dan Twitter, diikuti dengan LinkedIn, YouTube, dan Reddit. Ini dikarenakan orang lebih senang berlama-lama berinteraksi dengan membuka media sosial miliknya. Selain itu biasanya informasi awal suatu kondisi yang bersifat berita juga sering muncul dari pesan singkat pengguna Twitter, Facebook, dan media sosial lain. Karena selain memperoleh informasi pembaca juga mendapatkan kesan lain, misalnya merasa senang, terhibur, dan terpicu (Burhan Bungin, 2008).

Tingginya penggunaan internet yang masih didominasi untuk media sosial ini menimbulkan berbagai macam pola interaksi oleh penggunanya. Perubahan pola komunikasi terjadi dengan adanya berbagai macam media sosial. Di Indonesia Instagram merupakan salah satu yang cukup populer belakangan ini. Kita dapat melihat berbagai macam pola komunikasi didalamnya, dari mulai penggunaan untuk jual beli, mempromosikan produk barang atau jasa, dan juga penggunaan untuk pemberitaan online. Sebab pemberitaan umum yang masih menggunakan cara lama sudah tidak efektif lagi, yang mana radio dan televisi sekarang juga sudah menggunakan online streaming, berita-berita yang dulunya hanya dalam media cetak juga sudah dapat diakses melalui online. Sehingga nanti pada tahun 2040 diprediksi oleh Prof Philip Meyer, kita akan menyaksikan koran terakhir dicetak yang dibaca orang (Nurudin, 2009).

Dalam penelitian terdahulu karya Dyah Ayu Puspitorini dari Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta tahun 2016, dengan judul “MOTIF DAN KEPUASAN PENGGUNAAN INSTAGRAM (Studi Kesenjangan antara Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial

Instagram pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013)” dapat dijadikan gambaran dalam penggunaan media sosial saat ini khususnya Instagram.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan, tingkat kesenjangan antara motif dan kepuasan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta dalam penggunaan media sosial Instagram adalah sebagai berikut: (1) dilihat dari aspek informasi termasuk dalam kategori sedang dengan nilai kesenjangan sebesar 19%, (2) dilihat dari aspek identitas pribadi termasuk dalam kategori sedang dengan nilai kesenjangan sebesar 16%, (3) dilihat dari aspek integrasi dan interaksi sosial termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai kesenjangan sebesar 16%, dan (4) dilihat dari aspek hiburan termasuk dalam kategori rendah dengan nilai kesenjangan sebesar 22%.

Meski saat ini media online lebih banyak digemari untuk mendapatkan informasi, akan tetapi media cetak tidak dapat ditinggalkan begitu saja. Untuk saat ini media online hanya memberikan alternatif lain untuk sarana mendapatkan informasi dengan cepat dan dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Karena semakin cepat informasi itu dipublikasikan, maka semakin tinggi nilai jual beritanya. Tetapi sebaliknya, jika berita terlambat dimuat atau dicetak serta dipublikasikan kepada khalayak, maka nilai jual berita tersebut akan semakin rendah bahkan tidak bernilai lagi (Haris Sumadiria, 2005).

Akan tetapi dengan segala kelebihanannya tersebut tidak jarang berita online juga kurang memberikan berita secara akurat karena kecepatan dan kemudahan dalam proses produksinya. Apalagi pemberitaan tersebut bukan berasal dari situs resmi atau akun resmi portal berita ternama. Sedangkan pemberitaan hanya berasal dari suatu akun media sosial Instagram yang dengan berlatarbelakang Media Independent tanpa dibangun oleh orang-orang media. Karena penyebaran informasi bisa dilakukan oleh siapa saja, kapan saja, dan dengan cara apa saja. Warga negara yang selama ini dipersepsikan sebagai kelompok konsumen media, sekarang ini bisa bertindak sebagai jurnalis (Nurudin, 2009).

Salah satunya seperti akun Instagram Indozone.Id. Alasan peneliti memilih akun Instagram Indozone.Id adalah karena akun tersebut dinilai sangat konsisten

dan aktif dalam memberikan informasi berita, dengan rata-rata posting sekitar 20 kali setiap harinya. Selain itu akun tersebut mempunyai followers cukup banyak sekitar 2,6 juta follower dan juga sudah memposting lebih dari 21.000 postingan. Dengan jumlah followers dan posting sebanyak ini peneliti ingin melihat bagaimana kredibilitas berita yang disampaikan oleh akun Indozone.Id tersebut. Karena dengan followers sebanyak itu tidak mungkin berita yang disampaikan akan dijadikan panutan oleh para pengikutnya dalam mendapatkan informasi berita khususnya di media sosial Instagram. Pengambilan berita *hardnews* dan *softnews* dinilai lebih layak diteliti tentang kredibilitas beritanya karena berita seperti ini dapat berpengaruh besar terhadap sesuatu yang diberitakan tersebut.

Kasus tentang kredibilitas berita online pernah terjadi pada tahun 2012, setidaknya ada 98 pengaduan terkait media *online*. Menurut Ketua Komisi Pengaduan Masyarakat dan Penegakan Etika Dewan Pers, Agus Sudibyo, ada enam jenis pelanggaran kode etik jurnalistik yang dilakukan oleh media *siber* yang diadukan ke Dewan Pers. Pelanggaran pertama, media *online* tidak menguji informasi atau melakukan konfirmasi sebanyak 30 kasus. Pelanggaran kedua, berita tidak akurat sebanyak 30 kasus. Ketiga, mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi sebanyak 17 kasus. Keempat, tidak berimbang sebanyak 10 kasus. Kelima, tidak menyembunyikan identitas korban kejahatan susila sebanyak tiga kasus. Dan keenam, tidak jelas narasumbernya ada satu kasus.

Peneliti juga memilih periode 1-31 Maret 2017 karena pada periode tersebut merupakan periode yang menarik untuk diteliti, dan periode tersebut dinilai akan menyajikan berita-berita penting misalnya seputar putaran kedua Pilkada DKI Jakarta 2017. Karena pemberitaan media dinilai cukup berperan dalam menentukan hasil pemilu, atau memberi gambaran kepada masyarakat dalam menentukan pilihan.

Dalam jurnal penelitian terdahulu juga menyebutkan bahwa pemilih yang belum memutuskan harus segera membuat keputusan pemilihan karena hari pemungutan suara semakin dekat sehingga bergantung pada liputan media dalam pencarian informasi mereka (Walgrave, Lefevere, & Hooghe, 2010). Hasilnya menunjukkan bahwa pemaparan berita pemilu secara positif mempengaruhi

perilaku pemungutan suara, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui keefektifan informasi. Efek tersebut terutama diucapkan di antara para pemilih yang ragu-ragu saat memulai kampanye (Sabine Geers, Linda Bos, and Claes H. De Vreese, 2017). Selain itu masih banyak berita lain yang tersaji di periode tersebut dalam akun Indozone.Id.

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang kredibilitas berita yang disajikan oleh salah satu akun media sosial yang ada di Instagram yaitu Indozone.Id, dan semoga kedepan dapat menjadikan acuan dalam mendapatkan informasi terutama yang beredar di media sosial saat ini.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Kuantitatif adalah pendekatan ilmiah yang memandang suatu realitas itu dapat diklasifikasikan, konkret, teramati dan terukur, hubungan variabelnya bersifat sebab akibat dimana data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik (Sugiyono, 2008). Deskriptif kuantitatif digunakan karena analisis data diarahkan untuk mengukur persentase kredibilitas berita berdasarkan konsep multidimensional Flanagan & Metzger.

Analisis isi merupakan metode ilmiah untuk mempelajari dan menarik kesimpulan atas suatu fenomena dengan memanfaatkan dokumen atau teks. Analisis isi merupakan salah satu metode utama dari ilmu komunikasi. Penelitian yang mempelajari isi media seperti surat kabar, radio, film, televisi juga menggunakan analisis isi. Lewat analisis isi, penelitian ini dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan dari suatu isi (Eriyanto, 2011).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi penelitian ini adalah berita yang disajikan oleh akun Instagram Indozone.Id selama periode 1-31 Maret 2017 yang berjumlah sekitar 302 postingan yang khusus tentang berita *hardnews* dan *softnews*. Karena meskipun fokus utama akun

tersebut untuk menyampaikan berita, tetapi ada sebagian postingan yang hanya sekedar sebagai hiburan seperti memposting kata-kata bijak, video tutorial, video klip musik, cerita lucu, dan juga rekomendasi tempat-tempat liburan yang seru.

Sampel adalah sebagian dari populasi itu. Populasi itu misalnya penduduk di wilayah tertentu, jumlah pegawai pada organisasi tertentu, jumlah guru dan murid di sekolah tertentu dan sebagainya (Sugiyono, 2013). Sedangkan sampel yang digunakan peneliti adalah *Stratified Sampling*, yang artinya pengambilan sampel dilakukan dengan cara memperhatikan strata (tingkatan) didalam populasi, yang sebelumnya telah dikelompokkan kedalam tingkatan tertentu, seperti tinggi, rendah, sedang/baik. Dalam hal ini sampelnya adalah jenis berita yang bersifat *hardnews* dan *softnews* yang berjumlah 170 buah dengan tingkat kesalahan sebesar 5% (0,05). Angka ini diperoleh dengan menggunakan Rumus Slovin (dalam Riduwan, 2005).

Metode pengumpulan data dengan cara dokumentasi. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain (Sugiyono, 2013).

Peneliti dibantu dengan dua orang rekan yaitu Kiki Firmansyah (26) dan Rudi Purnomo (25) untuk melakukan *coding* data dengan cara menganalisis kata-kata, kalimat, atau foto-foto yang digunakan akun Indozone.Id dalam penyampaian berita *hardnews* dan *softnews* berdasarkan dimensi kredibilitas media, yaitu dapat dipercaya (*believability*), akurasi (*accuracy*), *bias*, dan kelengkapan berita atau (*completeness*).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Validitas data dilakukan untuk menilai seberapa baik alat ukur tersebut untuk merepresentasikan informasi yang melekat di dalam dan berasosiasi dengan data yang tersedia. Jenis validitas yang termasuk dalam

kategori ini adalah validitas muka, yakni sejauh mana alat ukur dapat benar-benar mengukur apa yang ingin diukur (Eriyanto, 2011).

Tabel 3.1. Hasil uji validitas

No	r Hitung	Syarat	Keterangan
1	0,939	> 0,300	Item valid
2	0,895	> 0,300	Item valid
3	0,765	> 0,300	Item valid
4	0,857	> 0,300	Item valid

Sumber : Hasil olah IBM SPSS Statistics 24.0 for Windows

Uji validitas yang digunakan adalah uji factor/r kritis. r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji dua arah dan jumlah data (n) = 170. Pearson correlation harus lebih besar dari r kritis yaitu 0,300. Didapat hasil bahwa empat item yang di uji dinyatakan valid.

Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan *IBM SPSS Statistics 24.0 for Windows* dengan model *Croanbach Alpha*. Uji dilakukan dengan taraf signifikansi 0,05. Instrumen dapat dikatakan reliabel bila nilai *Croanbach Alpha* lebih besar dari r tabel minimal yakni sebesar 0,600, kurang dari itu dikatakan buruk, atau 0,700 dapat diterima, dan lebih dari atau sama dengan 0,800 adalah baik. Hasil yang didapat adalah 0,883

Tabel 3.2. Hasil Uji Reliabilitas

Croanbach Alpha	N of Items
0,883	4

Sumber : Hasil olah IBM SPSS Statistics 24.0 for Windows

Penilaian sampel berita menggunakan Skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial, berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti. Skala ini merupakan suatu skala psikometrik yang biasa diaplikasikan dalam angket dan paling sering digunakan untuk riset yang berupa survei, termasuk dalam penelitian survei deskriptif. Pertanyaan diberi skor sesuai

Skala Likert, yaitu ; Skor 5 = Sangat Baik, Skor 4 = Baik, Skor 3 = Cukup, Skor 2 = Buruk, Skor 1 = Sangat Buruk. Hasil yang didapat dari 170 buah berita yang dijadikan sampel dan telah melalui proses *coding* untuk dianalisis adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3 Total skor

Accuracy	Believability	Bias	Completeness
777	788	795	755

Hasil skor nilai yang sudah di coding data

3.2 Pembahasan

Kredibilitas berita dari sisi *Accuracy* sebesar (91,41%). Kredibilitas dari sisi apakah berita yang disajikan memang benar terjadi dengan fakta yang ada di lapangan sebagian besarnya adalah benar terjadi. Kurangnya kredibilitas dalam sisi akurasi ini juga biasanya terjadi karena kurang pastinya informasi yang didapat dalam pengambilan berita. Sedangkan akurasi dalam sisi kesalahan penulisan disini seperti kurang telitinya dalam menulis informasi dari narasumber sehingga berita menjadi sedikit kurang akurat. Penulisan atau pemilihan kata yang berbeda dari biasanya juga ditemukan yang dapat membuat adanya perbedaan dalam hal penekanan-penekanan suatu kalimat.



Gambar 1. Berita dari Indozone.Id tentang anggota polisi yang mengonsumsi narkoba.

Contoh berita yang dinilai kurang akurat adalah tidak tertuliskannya keterangan dari narasumber secara langsung, padahal di verifikasi dari www.okezone.com Wakil Kepala Polres Meranti Kompol Wawan Setiawan mengatakan, anggota yang positif narkoba itu diberikan hukuman dari teguran keras dan dipenjara. Selain menyatakan hal tersebut, Kompol Wawan juga mengatakan;

“Kebanyakan yang positif narkoba itu menjalani hukuman ditempat khusus dari 21 hari hingga 28 hari. Kita akan tindak tegas kepada anggota yang tetap mengonsumsi narkoba,” ujar Wawan.

Seharusnya pernyataan dari narasumber juga ikut dijelaskan dalam suatu berita, apalagi pernyataan dari Wakil Kepala Polres yang dinilai mempunyai keterangan yang lebih akurat soal kejadian seperti ini. Tetapi ini hanya sebagian kecil saja berita yang dinilai peneliti masih kurang akurat. Kesalahan penulisan atau kurang akuratnya informasi berita yang diambil mungkin disebabkan karena terlalu banyaknya berita yang disajikan setiap harinya. Tetapi selain beberapa berita yang dinilai kurang tersebut, secara keseluruhan sudah baik. Semua sampel yang diambil setelah dianalisis dan diverifikasi kebenarannya memang sudah sangat akurat dari segi penulisan dan informasinya, berita yang disampaikan memang benar-benar terjadi dengan fakta yang ada di lapangan.

Kredibilitas dari sisi *Believability* sebesar (92,70%). Kepercayaan dalam hal transparansi sumber berita dinilai sudah baik, meski hanya menuliskan nama website sumbernya saja dan bukan alamat *url*-nya tetapi saat diverifikasi kebenarannya terhadap sumbernya memang benar. Tetapi peneliti juga melihat *believability* ini dari sisi pemilihan sumber berita. Dalam hal pemilihan sumber berita masih ditemukan sumber yang dinilai kurang baik, meski beritanya juga dimuat pada portal berita lain tetapi dikhawatirkan dari segi penulisannya akan berbeda. Dan juga ada satu atau dua berita yang pengambilan sumber beritanya hanya dari akun media

sosial yang ada disekitar seperti akun Facebook atau WhatsApp para warganet.



Gambar 2. Berita dari Indozone.Id tentang sebuah angkot menabrak pengendara motor di jalan raya.

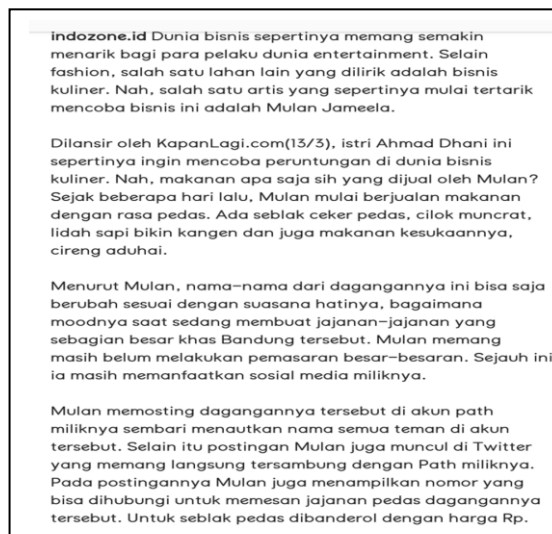
Dalam video tersebut memang terlihat sebuah angkot menabrak pengendara sepeda motor, tetapi posisi pengambilan gambar memang jauh dan kualitas video dinilai sangat biasa. Peneliti dan para koder semua tidak tahu kejadian sebenarnya itu seperti apa, karena videonya juga hanya dari jejaring sosial WhatsApp saja. Kemudian dalam keterangannya di Indozone.Id tersebut juga dituliskan...

"Hingga berita ini ditulis, belum diketahui pasti lokasi dan waktu insiden ini terjadi."

Kurang pastinya sumber inilah juga yang menjadikan beberapa berita yang dinilai kurang dapat dipercaya dari sisi *believability*. Meski tidak dapat dikatakan sebagai berita bohong, akan tetapi kepercayaan informasinya juga belum dapat dipastikan kebenarannya. Lebih baik memverifikasinya terlebih dahulu dari berbagai informasi yang ada supaya kita tahu apa yang sebenarnya terjadi, dan tidak mudah terpancing emosi karena isu-isu sekitar yang kurang dapat dipastikan kepercayaannya.

Tetapi disisi lain peneliti juga melihat hal tersebut adalah suatu upaya untuk dapat menyajikan berita secara lebih cepat karena juga mengambil dari berbagai sumber yang ada. Sedangkan secara keseluruhan penyampaian beritanya sudah dapat dikatakan terpercaya dan terbuka akan sumber informasinya. Karena setiap sampel berita yang dianalisis setidaknya sudah diverifikasi dari tiga sumber berbeda untuk menentukan bahwa berita tersebut dapat dinyatakan terpercaya atau tidaknya. Dan hasilnya sebagian besarnya beritanya masih sangat terpercaya.

Kredibilitas dari sisi *bias* sebesar (6,48%). Jumlah pemberitaan yang *bias* memang tidak banyak persentasenya dan tergolong sangat kecil, tetapi pemberitaan bias tetap masih ditemukan. Misalnya saat mengangkat berita tentang *public figure*, dari segi penulisan terlihat menonjolkan pada sisi tertentu yang cenderung bersifat negatif yang kemudian berakibat berubahnya pemaknaan dari khalayak. Dan juga terdapat satu berita yang menghilangkan informasi-informasi yang nilainya bisa saja cukup penting, misal saat di cek dari beberapa website lain yang informasinya lebih lengkap tetapi disini justru tidak ada informasi tersebut. Pengambilan sumber juga ikut menentukan dalam segi *bias* ini, karena konstruksi pesan terhadap suatu berita belum tentu sama jika dilihat dari berbagai media.



Gambar 3. Pemberitaan dari Indozone.Id tentang Mulan Jameela jualan cilok

Contoh pemberitaan tentang Mulan Jameela jualan cilok ini setelah dicek dari berbagai media yang juga memberitakan, ada beberapa yang menjelaskan bahwa Mulan tersebut hanya iseng-iseng memenuhi permintaan teman-temannya.

“Jadi, Mulan sering membagi-bagikan makanan kegemarannya itu. Ternyata banyak yang suka, dan teman Mulan mengusulkan agar menjualnya saja.”

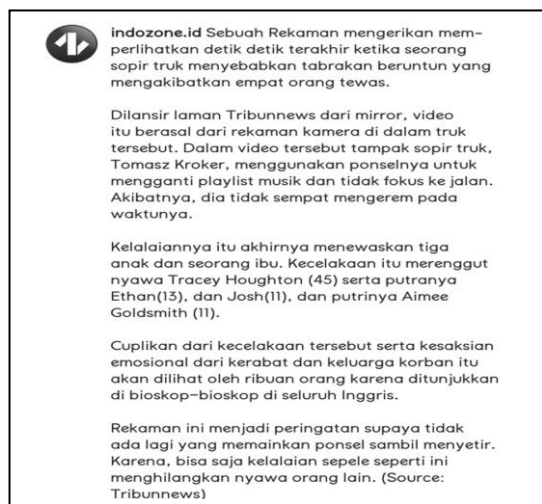
Keterangan-keterangan seperti ini peneliti anggap dapat mempunyai pemaknaan pemberitaan yang berbeda oleh pembacanya. Tetapi mungkin pengambilan berita yang terlalu cepat juga bisa menentukan hal tersebut, sehingga hanya melihat dari postingan media sosial sang tokoh tersebut saja tanpa ada keterangan-keterangan dari yang bersangkutan secara langsung atau dari teman-temannya.

Meski begitu nilai berita yang bias dapat dikatakan sangat kecil. Persentase berita yang bias ternyata hampir sama dengan penelitian terdahulu yang juga dijadikan acuan dalam pembuatan penelitian ini yang berjudul “KREDIBILITAS PEMBERITAAN PADA PORTAL BERITA ONLINE VIVANEWS.COM” karya Rachmad Widodo, dengan nilai berita yang bias hanya sekitar 6,48% - 6,50%. Artinya berita-berita dari akun Instagram Indozone.Id ini juga sangat baik dari sisi bias setara dengan www.vivanews.com.

Kredibilitas dari sisi *completeness* sebesar (88,82%). Kelengkapan berita yang baik hendaknya meliputi unsur 5W + 1H, tetapi masih cukup banyak ditemukan berita yang kurang memenuhi unsur tersebut. Seperti kurang lengkapnya informasi tentang bagaimana kejadian tersebut terjadi, kemungkinan karena kurangnya informasi yang didapat dari sekitar kejadian atau hanya mendapat informasi dari media sosial saja yang juga dapat menentukan kelengkapan berita yang didapatkan tersebut.

Tetapi yang cukup sering terjadi adalah tidak relevannya berita dengan informasi kapan kejadian tersebut diberitakan, jadi hanya

dituliskan tanggal dan bulannya saja. Saat peneliti memverifikasi dari berbagai sumber dan berbagai media ternyata berita tersebut sudah terjadi berbulan-bulan yang lalu dan ada yang sudah setahun. Rata-rata berita seperti itu adalah berita yang berasal dari luar negeri, dan beberapa diantaranya dituliskan yang seolah-olah kejadian tersebut baru saja terjadi disana saat ini.



Gambar 4. Pemberitaan tentang kejadian kecelakaan tidak lengkapnya kapan kejadian terjadi

Contoh berita tentang kejadian kecelakaan diluar negeri, terlihat bahwa dalam hal kelengkapan berita seperti kapan kejadian itu terjadi tidak ditemukan dalam berita tersebut. Sehingga unsur “*When*” menjadi berkurang atau bahkan hilang. Peneliti sudah mencoba memverifikasi ulang setidaknya lebih dari tiga media luar negeri untuk membuktikan kebenaran kapan kejadian-kejadian tersebut terjadi tetapi hasilnya tetap sama dan beritanya memang sudah lampau, seperti yang telah dicek dari www.thesun.co.uk, www.telegraph.co.uk, www.latimes.com, dan www.nationalgeographic.com.

Peneliti melihat adanya beberapa kekurangan dalam hal kelengkapan berita ini salah satunya karena jenis-jenis berita yang disajikan oleh akun Instagram Indozone.Id ini memang sangat variatif, berita yang disajikan dari berbagai topik dan dari berbagai sumber dan

negara lain. Sehingga masih cukup dimaklumi bila terkadang dalam hal kelengkapan berita ada beberapa yang sedikit kurang lengkap, karena pengambilan berita dari luar negeri memang sedikit lebih membutuhkan waktu dalam penulisan dan pengambilan beritanya. Tetapi secara garis besar semua beritanya dari sisi kelengkapan informasi sudah sangat baik dan sebagian besarnya sudah mengandung unsur 5W + 1H.

4. PENUTUP

Kesimpulan yang diambil dari penelitian ini adalah meski ada beberapa berita yang kurang akurat dan kurang lengkap, juga masih ditemukan sedikit berita yang bias, tetapi secara keseluruhan melalui empat aspek yang telah dianalisis dan diuji masih menunjukkan nilai yang tinggi dengan skor rata-rata total prosentase yaitu 91,61%. Sehingga peneliti menyimpulkan pemberitaan dari akun Instagram Indozone.Id ini dinilai masih kredibel dan layak dikonsumsi. Hasil penelitian yang berjudul “MEDIA SOSIAL DAN JURNALISTIK ONLINE (Analisis Isi Kredibilitas Berita pada Akun Instagram “Indozone.Id” Periode 1–31 Maret 2017)” ini dapat dijadikan salah satu acuan untuk para pengguna internet, khususnya pengguna media sosial Instagram untuk mendapatkan informasi seputar berita dengan cara yang berbeda yaitu melalui akun media sosial tanpa harus membuka situs-situs portal berita online secara langsung dengan tetap mengandalkan keakuratan dan kredibilitas beritanya. Penelitian ini juga menjawab bahwa meski berita hanya berasal dari sumber Independent tetapi dari segi kualitas berita, akun Indozone.id ini juga masih mengedepankan soal kredibilitas berita yang disajikannya.

Penelitian ini juga tidak luput dari kekurangan, salah satunya penelitian ini juga masih menggunakan teori kredibilitas yang sama dari penelitian terdahulunya yaitu berdasarkan konsep multidimensional Flanagin & Metzger dalam “PERCEPTIONS OF INTERNET INFORMATION CREDIBILITY”. Akan tetapi objek penelitian sangat berbeda dari penelitian sebelumnya karena ini meneliti pemberitaan dari media Independent yang ada

didalam media sosial Instagram. Penelitian ini memakai konsep tersebut karena memang selain sudah teruji telah dipakai dalam membuat penelitian terdahulu yang serupa, juga dimensi dalam segi *Accuracy*, *Believability*, *Bias*, dan *Completeness* juga dinilai sudah dapat mewakili untuk dijadikan pedoman dalam menguji kredibilitas suatu berita online.

Konsep lain yang mungkin dapat digunakan dalam penelitian berikutnya adalah milik Gaziano dan Mcgrath, konsep tersebut dinilai lebih detail dari segi penjabaran informasi dengan berbagai elemen yang tidak didapat dari empat konsep milik Flanagin & Metzger seperti *currency*, *fairness*, *reporting the whole story*, *objectivity*, *honesty*, *up to date*, *balance*, dan *timeliness*. Sedangkan untuk objek penelitian masih banyak yang bisa diteliti misalnya dari akun Instagram “FaktanyaGoogle” yang mempunyai followers 1,8 juta dengan postingan yang lebih dari 8000 postingan di Instagram. Atau akun informatif lain seperti akun “WowFakta”, akun ini juga lebih aktif dan telah memiliki followers yang lebih banyak sekitar 5,5 juta followers dengan jumlah posting sudah lebih dari 30.000 postingan. Penyajian berita kedua contoh akun tersebut lebih bersifat unik dan informatif karena diambil dari berbagai mancanegara, sehingga diharapkan saat pengambilan data dapat menambah wawasan tentang informasi dan sumber-sumber berita dari berbagai media yang ada di negara lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon & Riduwan. 2005. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*, Bandung: Alfabeta.
- Andrew J. Flanagin & Miriam J. Metzger. 2000. *Perceptions Of Internet Information Credibility*. (p 521-522).
- Andrew J. Flanagin & Miriam J. Metzger. 2013. *Credibility and trust of information in online environments: The use of cognitive heuristics*. Department of Communication, University of California, Santa Barbara, Santa Barbara, CA 93106, USA.
- Asep Syamsul M. Romli. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung. Nuansa Cendikia.

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2016). Survei internet APJII 2016. Diakses 27 Maret 2017, dari <https://www.apjii.or.id/survei2016>
- Azwar Saifuddin. 1999. *Reliabilitas dan validitas: Seri pengukuran Psikologi*. Yogyakarta: Sigma Alpha.
- Burhan Bungin. 2008. *Sosiologi Komunikasi. Teori, Paradigma, dan Discourse. Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Burhan Bungin. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta : Kencana.
- Cede Gaziano & Kristin McGrath. 1986. *Measuring the Concept of Credibility*. Journalism Quarterly: *Devoted to Research in Journalism and Mass Communication*.
- Chris Brogan. 2010. *Social Media 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
- Dewan Pers. (2016, 22 Mei). *Pengaduan Masyarakat Ke Dewan Pers*. Diunduh 2 April 2017, dari <http://dewanpers.or.id/assets/media/file/pengaduan/data%20pengaduan%202000-2011.pdf>
- Dyah Ayu Puspitorini. 2016. *MOTIF DAN KEPUASAN PENGGUNAAN INSTAGRAM (Studi Kesenjangan antara Motif dan Kepuasan Penggunaan Media Sosial Instagram pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013)*. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Haris Sumadiria. 2005. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature : Panduan Praktis Jurnalis Professional*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Indozone. (2017). *Tentang Indozone*. Diakses 17 April 2017, dari www.indozonemedia.net/about
- KyuJin Shim, Guy J. Golan, Anita G. Day, & Sung-Un Yang. 2015. *Beyond The Western Masses: Demography And Perceptions Of The Credibility Of Pakistani Media*.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.

- Nurudin. 2009. *Jurnalisme Masa Kini*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Pew Research Center. (2016, 26 Mei). *News Use Across Social Media Platforms 2016*. Diakses 27 Maret 2017, dari <http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/>
- Rachmat Kriyantono. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Rachmat Widodo. 2012. *Kredibilitas Pemberitaan Pada Portal Berita Online Vivanews.Com*. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
- Sabine Geers, Linda Bos, and Claes H. De Vreese. 2017. *Informed Switchers? How the Impact of Election News Exposure on Vote Change Depends on Political Information Efficacy*. University of Amsterdam, The Netherlands.
- Simon Willocq. 2016. *Why Do Voters Change Their Mind during an Election Campaign? An Analysis of the Determinants of Campaign Volatility at the 2014 Belgian Federal Elections*. CEVIPOL, Université libre de Bruxelles, Brussels, Belgium.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Totok Djuroto. 2003. *Teknik Mencari & Menulis Berita*. Semarang: Dahara Prize.